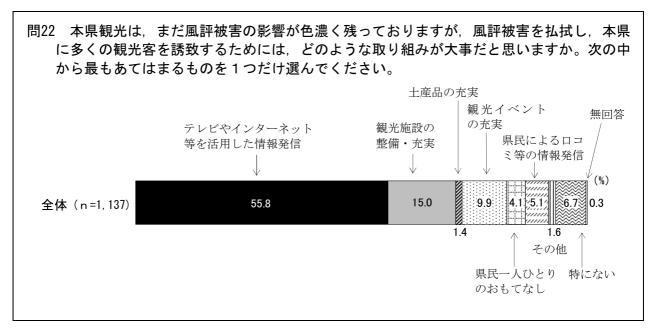
X 県民の観光に対する意識

- 1. 多くの観光客を誘致するための取り組み
 - ―「テレビやインターネット等を活用した情報発信」が5割台半ば―



多くの観光客を誘致するために大事だと思う取り組みとしては、「テレビやインターネット等を活用した情報発信」(55.8%)が5割台半ばと最も高く、次いで「観光施設の整備・充実」(15.0%)が1割台半ばとなっている。

―「テレビやインターネット等を活用した情報発信」は女性の50代と60代で6割台―

地域別でみると、「テレビやインターネット等を活用した情報発信」は、鹿行(48.1%)以外のすべての地域で5割台後半となっている。

市郡別でみると、「テレビやインターネット等を活用した情報発信」は、人口5万人以上の市(62.8%)と郡部(61.5%)で6割を超えて高くなっている。

性別では、特に大きな差はみられない。

性・年齢別でみると、「テレビやインターネット等を活用した情報発信」は、男性では20代 (46.9%) 以外のすべての年齢層で5割台となっており、女性では50代 (62.9%) と60代 (60.1%) で6割台と高くなっている。

職業別でみると、「テレビやインターネット等を活用した情報発信」は、農林漁業(70.8%)で約7割と最も高くなっている。

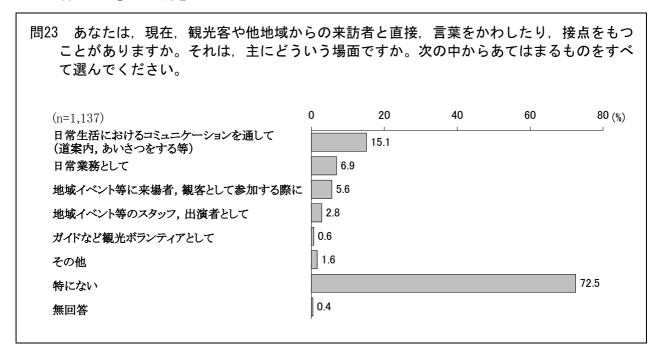
図X 22-1 多くの観光客を誘致するための取り組み

(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別) 県民による口コ ミ等の情報発信 観光イベントの充実 県民一人ひ| 特にない テレビやインターネット 土産品の充実 その他/無回答 とりのおも 等を活用した情報発信 観光施設の整備・充実 n 0.8 11.4 3.1 5.1 3.9 5.9 0.0 56.1 13.7 県北 (255) 0.5 10.8 5.1 4.6 2.60.0 56.4 19.0 県央 (195) 地 0.0 8.7 4.8 7.7 1.0 13.5 0.0 48.1 16.3 域 鹿行 (104) 别 1.9 9.8 3.4 4.8 7.4 0.3 56.8 14.6 (377)57.3 2.9 8.3 5.3 4.9 6.8 1.0 13.1 県西 (206)4.9 5.5 6.8 0.4 51.3 人口10万人以上の市 (511) 市 1.5 7.3 5.9 5.3 0.0 62.8 人口5万人以上の市 (341) 郡 1.7 8.8 5.0 4.4 7.7 0.6 52.5 别 人口5万人未満の市 (181) 11.5 1.0 7.7 5.8 1.9 8.7 0.0 61.5 郡部 (104) 55.0 2.0 10.5 3.6 5.0 7.8 0.4 男性 (562) 性 別 4.7 5.2 5.6 0.2 56.7 女性 (575) 0.9 9.4 4.1 20~29歳 46.9 12.2 12.2 (49)53.2 20.3 2.5 12.7 2.53.8 3.8 0.0 30~39歳 (79)6.8 6.8 男 50.0 16.2 1.4 14.9 40~49歳 (74)1.8 11.5 3.5 6.2 0.0 58.4 性 50~59歳 (113) -1.8 0.8 11.5 5.4 3.1 6.2 0.0 58.5 13.1 60~69歳 (130) 性 3.4-5.1 (6.8) 14.5 0.9 55.6 70歳以上 (117) 10.3 年 0.9 4.4 4.4 0.0 55.6 20.0 0.0 15.6 齢 20~29歳 (45)0.00.0 别 2.9 2.90.0 56.5 0.0 15.9 18.8 30~39歳 (69)1.4 1.4 0.0 8.4 2.8/5.6/3.7 4.7 0.0 40~49歳 (107) 62.9 0.9 6.9 5.2 2.6 2.60.0 性 50~59歳 (116) 1.4 9.4 3.6 7.2 5.8 0.7 60.1 10.9 60~69歳 (138) 2.0 6.0 10.0 7.0 1.0 14.0 0.0 43.0 17.0 70歳以上 (100) 6.3 2.1 8.3 4.2 6.3 0.0 70.8 農林漁業 (48)0.0 4.3 3.4 5.1 0.0 53.8 1.7 12.8 商工サービス業 (117) 17.4 0.0 47.8 17.4 0.0 8.7 0.0 4.3 (23)自由業 7.3 5.5 5.5 0.0 0.0 47.3 18.2 1.8 14.5 管理職 (55)職 3.53.5 5.1 0.4 55.7 業 事務職・専門技術職 (255) 16.5 0.8: 11.8: 别 2.6 4.3 0.0 1.7 0.9 57.8 17.2 労務職 (116) 8.3 0.0 75.0 学生 (12)0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 53.0 14.9 1.5 9.7 4.5 8.2 1.5 6.3 0.4 主婦 (268)57.6 12.2 1.7 6.3 4.6 5.9 1.3 10.1 0.4 その他の無職 (238)

⁽注) 自由業及び学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

2. 観光客や他地域からの来訪者と接点をもつ場面

―「特にない」が7割を超えている―



観光客や他地域からの来訪者と接点をもつ場面としては、「特にない」(72.5%)が7割を超えて最も高くなっている。一方、接点をもつ主な場面の中では、「日常生活におけるコミュニケーションを通して(道案内、あいさつをする等)」(15.1%)が1割台半ばとなっている。

―「日常生活におけるコミュニケーションを通して(道案内, あいさつをする等)」は男性の70歳以上で2割台半ば―

地域別でみると、すべての地域で「特にない」に比率が集中しているが、接点をもつ主な場面の中では、「日常生活におけるコミュニケーションを通して(道案内、あいさつをする等)」は、県央(22.6%)で2割を超えている。

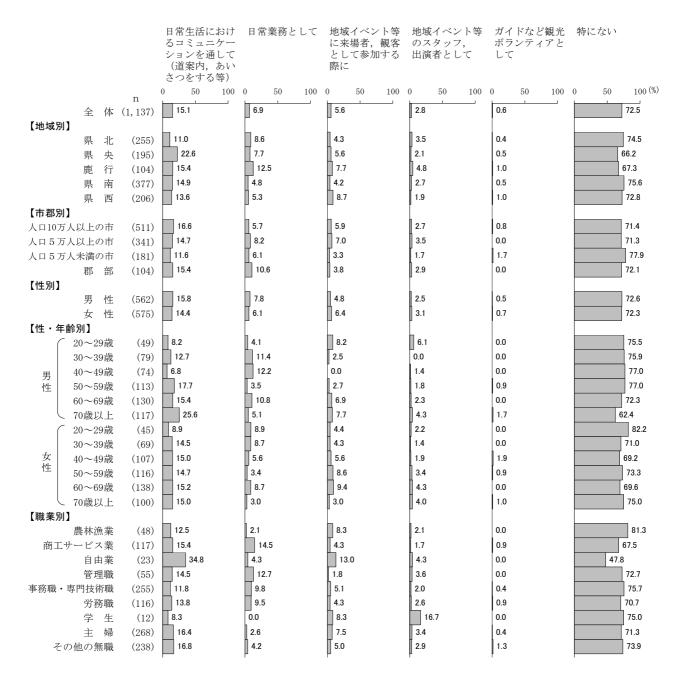
市郡別でみると、すべての層で「特にない」に比率が集中しており、接点をもつ主な場面での特に大きな差はみられない。

性別では、特に大きな差はみられない。

性・年齢別でみると、男女ともにすべての年齢で「特にない」に比率が集中しているが、接点をもつ主な場面の中では、「日常生活におけるコミュニケーションを通して(道案内、あいさつをする等)」は、男性の70歳以上(25.6%)で2割台半ばと高くなっている。

職業別でみると、すべての職業で「特にない」に比率が集中しており、接点をもつ主な場面での 特に大きな差はみられない。

図X 23-1 観光客や他地域からの来訪者と接点をもつ場面 (地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)



(注) 自由業及び学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

3. 映画やテレビドラマ等のロケーション誘致に関する印象

―「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」が6割を超えている―

問24 県では、いばらきのイメージアップや観光など交流の促進を図り、魅力ある地域づくり につなげていくため、「いばらきフィルムコミッション」を設立し、映画やテレビドラマ等 のロケーション誘致を行っています。 あなたは、自分が住んでいる場所が映画やドラマに出てきたり、ロケ隊が地域で活動す ることについて、どう思いますか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。 10 20 30 40 50 70 (%) 60 (n=1,137)茨城のイメージ向上にプラスであると思う 62.7 地域経済に貢献していると思う 41.2 37.1 観光客誘致に貢献していると思う 誇りに思う 32.0 迷惑である 0.6 茨城のイメージ向上にはマイナスであると思う 0.4 その他 0.5 フィルムコミッション活動を知らない 8.2 わからない・無回答 6.7

映画やテレビドラマ等のロケーション誘致に関する印象としては、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」(62.7%)が6割を超えて最も高く、次いで「地域経済に貢献していると思う」(41.2%)が4割を超え、「観光客誘致に貢献していると思う」(37.1%)、「誇りに思う」(32.0%)が3割台で続いている。

―「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」は県西で7割台半ば―

地域別でみると、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」は、県西(73.8%)で7割台半ばと最も高くなっている。「地域経済に貢献していると思う」は県南(45.9%)で、「観光客誘致に貢献していると思う」は県央(44.1%)で、それぞれ4割台半ばとなっている。また、「誇りに思う」でも、県央(38.5%) は約4割と最も高くなっている。

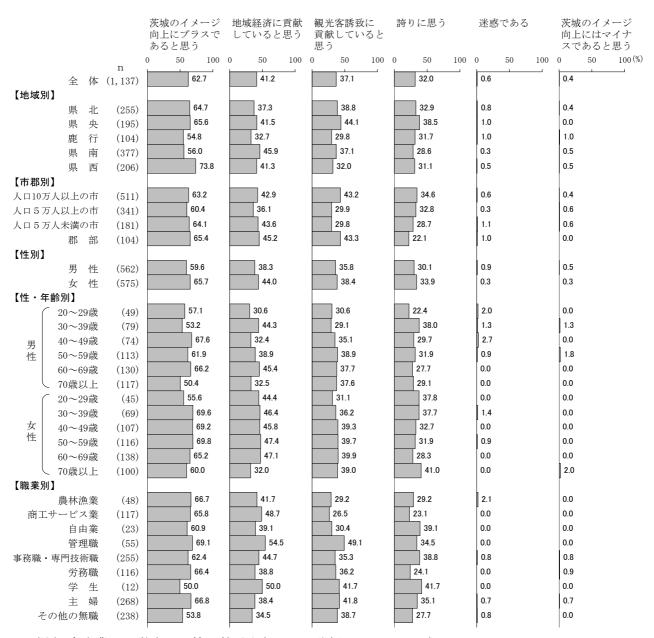
市郡別でみると、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」はすべての地域で6割台となっており、「地域経済に貢献していると思う」は人口5万人以上の市(36.1%)以外のすべての層で4割台となっている。また、「観光客誘致に貢献していると思う」は、人口10万人以上の市(43.2%)と郡部(43.3%)で4割台半ばと高く、「誇りに思う」は人口が少なくなるほど低くなっている。

性別でみると、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」は、女性 (65.7%) が男性 (59.6%) よりも約6ポイント高く、「地域経済に貢献していると思う」でも女性 (44.0%) が男性 (38.3%) よりも約6ポイント高くなっている。また、「誇りに思う」は、女性 (33.9%) が男性 (30.1%) よりも約4ポイント、「観光客誘致に貢献していると思う」は、女性 (38.4%) が男性 (35.8%) よりも約3ポイント高くなっている。

性・年齢別でみると、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」は、男性では40代(67.6%)50代(61.9%)、60代(66.2%)で6割台となっている。女性では20代(55.6%)以外のすべての年齢で6割台となっている。「地域経済に貢献していると思う」は、男性の30代(44.3%)と60代(45.4%)、女性の70歳以上(32.0%)以外のすべての年齢で4割台となっている。

職業別でみると、「茨城のイメージ向上にプラスであると思う」は、その他の無職(53.8%)以外のすべての職業で6割台となっている。「地域経済に貢献していると思う」は、管理職(54.5%)で5割台半ばと最も高く、商工サービス業(48.7%)で約5割となっている。また、「観光客誘致に貢献していると思う」でも、管理職(49.1%)は約5割と最も高くなっている。

図X 24-1 映画やテレビドラマ等のロケーション誘致に関する印象 (地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)



(注) 自由業及び学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。